

《旅游体验的性质与结构》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2010年04月01日

开本：大32开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787563719693

丛书名：辽海历史与旅游文化研究中心丛书

内容简介

现代社会是一个信息社会，高速发展的互联网为人们的交流提供了一个沟通迅速、互动便利的技术平台，并催生一种新的文化现象——“博客文化”现象。许多人开始在互联网上创建自己的个人空间，表达自己的好恶、情感，发表自己的见解和观点。其中，许多博客撰写了大量的游记，将自己与他人的旅游经历及其体验与世人分享。

游记是对旅游过程中所见、所闻与所感的一种记述，往往是游后有感而发，源于心灵深处的触动，诉诸笔端，常常能够表达出许多口头难以言传的旅游体验。与文学游记有所不同，博客游记不追求文学创作的艺术成分，它仅是个人旅游经验的客观呈现，因而也更加真实可信。有鉴于此，本研究认为，借助博客游记来研究旅游体验，是一条可行的研究途径。在此问题意识引导下，本研究以国内自助来大连的游客为研究对象，以其撰写的博客游记为主要研究资料，对旅游体验进行分析，其目的有三：其一，借助游记，系统地呈现游客在大连的旅游体验；其二，在理论层面上对旅游体验理论进行探讨，进一步丰富与发展旅游体验理论；其三，在实践层面上对大连自助游提供建议。

在研究过程中，借助于网络，本研究共收集博客游记300余篇，并经过进一步鉴别后，确定出重点研究的游记文本80篇。再经过整合后，形成50篇游记，作为本研究的样本。依据扎根理论的基本思路，本研究采用了类属分析和情境分析两种方法，对游记文本内容进行深入的分析。经过开放式编码、主轴编码和选择编码后，构建出目的地意象、旅游动机、旅游凝视、旅游认同、旅游消费、人际互动、旅游回味七个核心范畴，并辅

以多种典型的旅游情境，系统地呈现游客在大连的一系列旅游体验。

现代社会是一个信息社会，高速发展的互联网为人们的交流提供了一个沟通迅速、互动便利的技术平台，并催生一种新的文化现象——“博客文化”现象。许多人开始在互联网上创建自己的个人空间，表达自己的好恶、情感，发表自己的见解和观点。其中，许多博客撰写了大量的游记，将自己与他人的旅游经历及其体验与世人分享。游记是对旅游过程中所见、所闻与所感的一种记述，往往是游后有感而发，源于心灵深处的触动，诉诸笔端，常常能够表达出许多口头难以言传的旅游体验。与文学游记有所不同，博客游记不追求文学创作的艺术成分，它仅是个人旅游经验的客观呈现，因而也更加真实可信。有鉴于此，本研究认为，借助博客游记来研究旅游体验，是一条可行的研究途径。在此问题意识引导下，本研究以国内自助来大连的游客为研究对象，以其撰写的博客游记为主要研究资料，对旅游体验进行分析，其目的有三：其一，借助游记，系统地呈现游客在大连的旅游体验；其二，在理论层面上对旅游体验理论进行探讨，进一步丰富与发展旅游体验理论；其三，在实践层面上对大连自助游提供建议。在研究过程中，借助于网络，本研究共收集博客游记300余篇，并经过进一步鉴别后，确定出重点研究的游记文本80篇。再经过整合后，形成50篇游记，作为本研究的样本。依据扎根理论的基本思路，本研究采用了类属分析和情境分析两种方法，对游记文本内容进行深入的分析。经过开放式编码、主轴编码和选择编码后，构建出目的地意象、旅游动机、旅游凝视、旅游认同、旅游消费、人际互动、旅游回味七个核心范畴，并辅

以多种典型的旅游情境，系统地呈现游客在大连的一系列旅游体验。(1)目的地意象 游客对大连多持有美好的意象，其中，“海意象”和“现代都市意象”代表了游客对大连的原始意象，

构成了游客对大连的空间感知形象的核心，而地理因素、历史因素和城市营销对于大连原始意象的形成发挥了决定性的作用。与此同时，大连的节事活动和媒体宣传对大连的诱发意象发挥了重要作用。至于大连的复合意象较为复杂，既有正面意象，也有负面意象。值得注意的是，游客对大连“浪漫之都、时尚大连”的定位认知度不高，很少有游客提及“浪漫之都”，这对大连旅游形象定位提出了质疑。

(2)旅游动机 来大连的游客主要以内在动机为主。之所以选择大连作为旅游地，主要在于大连多元化的产品能满足其“求趣”和“休闲”之需求；之所以采取自助游，主要是追求自由感、挑战感和独立感，并能发现自我。

(3)旅游凝视 以视觉为核心的凝视是游客体验大连的基本方式之一。游客对大连的凝视主要集中在海滨风光、都市风情、大连人三个层面。其中，游客对大连海滨风光的凝视可视为一种浪漫的凝视，在空间上主要集中在滨海路和金石滩两大地带，这两处几乎涵盖了大连海滨的主要景区景点；在内容上主要概括为海滨景观、海洋世界、海滨活动三个层面；在情感取向上以正面体验为主，兼有部分负面体验。对都市风情的凝视可归类于一种集体的凝视，在内容上抽象为城市发现、异国情调与梦幻夜色三个次一级主题。多数游客认为大连城市风光很有特色，充满异国情调，夜景也很有梦幻色彩。此外，目的地居民也是旅游者凝视的一个焦点。游客对大连人的凝视主要通过司机、服务员、普通市民和亲朋好友获得。多数游客认为大连人热情、豪爽、朴实、文明，素质较高，他们很羡慕大连人的生活环境。

(4)旅游消费 在消费体验方面，自助游客具有典型的特征。在住宿消费方面，多数游客选择在市中心附近、海滨地带和高等院校安排住宿，多选择中低档住宿设施，主要通过网络预订、朋友介绍或亲友帮助解决住宿问题。在餐饮消费方面，游客主要从特色、分量和服务三个方面来评价在大连的餐饮体验，既有积极的正面体验，也有消极的负面体验，这说明大连在此方面还有许多应继续加强的地方。对于大多数自助游客来说，大连也是一个比较理想的购物场所。对于女性游客而言，她们往往具有强烈的购买欲望，在购物过程中注重过程享受和身体展示，沉浸于审美体验，并寻找群体认同。

(5)人际互动 游客在旅游过程中的人际互动主要表现为游客之间的互动、游客与当地居民之间的互动以及旅游消费中的人际互动。这些性质各异的互动包含了多种形态的旅游体验。当游客身处热情、友善、亲切的氛围，并且受到主动关心或帮助时，便会产生良好的人际互动，感受到人世间的真情与温暖，产生美好的体验。反之，当他们遭遇轻视、冷漠或过于商品化，则会感到压抑和无奈，会产生消极的体验，甚至影响整个游程。同时，大多数自助游客都能以包容的心态去面对那些不良的人际互动，能有效地知觉到风险，并采取各种措施积极应对。

(6)旅游认同 在旅游过程中，旅游者通过对自己所遇到的人、事、物等的认识，会产生各种形式的认同，从而构成旅游体验中的核心元素。研究发现，多数游客高度认同大连之旅，对大连有良好的印象，留下了美好的回忆，并产生了情感依附行为。与此同时，游客对自己作为旅游者的角色有强烈的感知，在幻变的角色转换中，旅游者获得了丰富的旅游体验。此外，在大连旅游过程中，自助游客对自我、家乡、民族和国家也产生了明显的认同。

(7)旅游回味 大多数游客对大连之旅比较满意。当结束旅游生活，回归到原有的生活轨迹后，他们一般会觉察到自己在行为、态度、气质、经验、观念等方面或多或少地发生了某种改变。在旅游回味中，旅游者会获得更多的感悟，并重新认识旅游和家的意义。

建构在游客体验基础之上，本研究 and 旅游体验进行理论对话。在对原始资料进行了再分析后，本研究对旅游体验的性质和结构进行探讨。从性质上看，旅游体验类似于一种“镜像体验”，通过目的地这面镜子，旅游者在凝视“他者”的同时，也在认识着自我。从结构上看，旅游体验具有多重层次结构：其一，从时间

结构上看，旅游体验包括预期体验、现场体验和追忆体验，呈现出阶段性特征，并随着时间的流逝而不断地升华，进而演化成人们生活经验和精神世界的一部分；其二，从深度结构上看，旅游体验呈现出具有一定的层次性，基本上可分为感官体验、身体体验、情感体验、精神体验、心灵体验五个层次，越是深度的旅游体验，越能让游客感到旅游的意义；其三，从强度结构上看，旅游体验通常可分解为一般I生体验和高峰性体验两个层面，越是能达到高峰性的体验，越能使游客感到旅游的价值。 本研究的创新之处主要体现在研究观点和研究方法两个层面：在观点层面，本研究对旅游体验的性质作出了新的阐释，认为旅游体验类似于“镜像体验”，凝视和认同构成了旅游体验的核心元素。从动态分析来看，旅游体验将随着时间的流逝而不断升华；从静态分析来看，旅游体验在深度和强度方面都具有层次性。上述观点对于理解旅游体验具有重要的理论价值。在方法层面，本研究采用了质性研究方法来研究旅游体验，尤其是利用博客游记作为主要研究资料，采用类属分析和情境分析方式，进行质化研究，对于探索和推广质性研究方法在旅游研究中的应用具有重要意义。 本研究还有诸多不足之处，主要体现在整个研究构想尚有庞杂之嫌，研究设计还不尽完美，研究结果也不够精致。这一方面是由于时间、精力、能力、经验等条件的限制，另一方面也与研究材料和研究方法有关。

[显示全部信息](#)

作者简介

陈才，1967年出生于辽宁朝阳。1992年毕业于东北师范大学地理系，获理学学士；2001年毕业于辽宁大学工商管理学院，获管理学硕士；2009年毕业于东北财经大学旅游管理专业，获管理学博士。现任辽宁师范大学旅游管理系主任，研究生导师。研究领域为旅游基础理论、旅游研究方

目录

摘要

1 绪论

1.1 研究缘起和背景阐释

1.1.1 旅游体验理论的兴起与发展

1.1.2 走向自助的旅游时代

1.1.3 博客文化的兴起与繁荣

1.2 问题意识与研究构想

1.2.1 问题意识

1.2.2 研究构想

1.3 研究流程

1.4 研究意义

1.4.1 理论意义

1.4.2 实践意义

2 文献综述

2.1 旅游体验研究

2.1.1 体验的概念

2.1.2 旅游体验的概念阐释

2.1.3 旅游体验的动机

2.1.4 旅游体验的成分、类型与模式

2.1.5 旅游体验的历程研究

2.1.6 旅游体验的质量与测量

2.2 自助游的相关研究

2.2.1 自助游的含义

2.2.2 自助游客的行为特征

2.3 旅游意象及相关研究

2.3.1 旅游意象的含义

2.3.2 旅游意象的形成历程

2.4 旅游凝视理论及相关研究

2.4.1 视觉文化的意蕴

2.4.2 福柯的凝视理论

2.4.3 厄里的旅游凝视理论

2.5 认同的相关研究

2.5.1 认同的含义及其类别

2.5.2 认同的主要理论

3 研究设计与实施

3.1 研究问题定位

3.2 研究途径选择

3.3 研究资料收集与整理

3.3.1 游记资料收集与整理

3.3.2 访谈资料收集

3.3.3 现场观察

3.4 资料分析方式

3.4.1 类属分析

3.4.2 情境分析

3.5 成文方式与内容结构

3.5.1 成文方式

3.5.2 内容结构

3.6 研究效度与信度

4 目的地意象与旅游动机

4.1 目的地意象

4.1.1 原始意象

4.1.2 诱发意象

4.1.3 复合意象

4.2 旅游动机

4.2.1 目的地选择

4.2.2 旅游方式选择

4.3 小结

5 旅游凝视

5.1 对海滨风光的凝视

5.1.1 对海滨景观的凝视

5.1.2 对海洋世界的凝视

5.1.3 对海滨活动的凝视

5.2 都市风情

5.2.1 城市发现

5.2.2 异国情调

5.2.3 梦幻夜色

5.3 旅游者凝视中的大连人

5.3.1 市民性格

5.3.2 市民素质

5.3.3 日常生活

5.4 小结

6 旅游消费与人际互动

6.1 旅游消费体验

6.1.1 住宿体验

6.1.2 餐饮消费体验

6.1.3 逛街购物体验

6.2 旅游过程中的人际互动

6.2.1 游伴之间的互动

6.2.2 与陌生人的互动

6.2.3 与亲朋好友的互动

6.2.4 消费中的人际互动

6.3 小结

7 旅游认同

7.1 认同的建构

7.2 目的地认同

7.2.1 理想的生活场所

7.2.2 他乡中的故乡

7.3 旅游者的角色认同

7.3.1 与旅游者角色相关的认同

7.3.2 其他角色心理

7.4 旅游者的文化认同

7.4.1 家乡情结

7.4.2 国家与民族认同

7.5 旅游者的自我认同

7.6 小结

3 旅游回味

8.1 旅游带来的变化

8.1.1 旅游经验的增加

8.1.2 态度、气质与精神的改变

8.2 旅游回味中的感悟

8.2.1 生活感悟

8.2.2 人生感悟

8.2.3 心灵感悟

8.3 重新认识旅游和家的意义

8.3.1 旅游的意义

8.3.2 家的意义

8.4 小结

9 对旅游体验的理论探讨

9.1 镜像体验：对旅游体验性质的一种解释

9.1.1 镜像理论

9.1.2 镜像理论与旅游体验

9.2 旅游体验的时间结构

9.3 旅游体验的深度结构

9.3.1 感官体验

9.3.2 身体体验

9.3.3 情感体验

9.3.4 精神体验

9.3.5 心灵体验

9.4 旅游体验的强度结构

9.4.1 一般性体验

9.4.2 高峰性体验

10 结论、创新、反思与建议

10.1 研究结论

10.1.1 国内自助来大连游客的旅游体验

10.1.2 对旅游体验的理论探讨

10.1.3 对大连开发自助游的建议

10.2 研究创新

10.2.1 观点创新

10.2.2 方法创新

10.3 研究反思

10.3.1 对研究构想的反思

10.3.2 对研究设计的反思

10.3.3 对研究过程和研究结果的反思

10.3.4 对研究信度和效度的反思

10.4 后续研究建议

10.4.1 研究主题方面的建议

10.4.2 理论研究方面的建议

10.4.3 研究方法方面的建议

附录

参考文献

后记

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)